

# 「大学広告」におけるカタカナ表記語及び アルファベット表記語の使用状況

—— 調査報告 ——

金 城 ふみ子

キーワード

大学広告 カタカナ表記語 アルファベット表記語 外来語 飾り効果

はじめに

日本語におけるカタカナ表記語の氾濫が問われて久しいが、近年はアルファベット表記語の増加が指摘されている。いわゆる国際化が進行する中で、特に英語の使用率が高い。国字の専門家で、英語化した日本語に関する研究者でもあるエツコ・オバタ・ライマンは、「日本人の英語の誤り度合や頻度から日本の英語化がどれほど進んでいるかをみる指標」にもなる調査結果を発表している<sup>1)</sup>。また、本や雑誌のタイトル、TV番組、CDタイトル、歌手名などが「アルファベット化」していることについても、独自の数量的調査データを使って指摘している<sup>2)</sup>。しかし、広告における表記の問題を数量的に扱った先行研究はない。

最近、若い世代におけるカタカナ表記語・アルファベット表記語に対する嗜好は、生活のあらゆる面で深まっているように見える。たとえば、海外に留学している日本人学生からの私信における日本語に交じった「横文字」使用が目につく。また、演歌と比べ飛躍的に売り上げを伸ばしミリオンセラーも増えているCDの背表紙には横文字が並び、歌の題も横文字で、歌手名からも日本人か外国人か区別のつかぬものが多い。音楽関係以外でもスポーツ、ファッションなどの雑誌には、欧米の影響を強く受けている

ためか、英語やフランス語などのアルファベットが溢れている。そうしたなかで、漢字仮名交じり文にさらにアルファベットが交じった今の日本語の表記は、ファッション雑誌には「美しくない」と、総ローマ字表記に踏み切った雑誌も出現している<sup>3)</sup>。

また、コンピュータの普及に伴い、電子通信が世界的に「必須」の存在になりつつあるなかで、インターネットで使う文字を巡り日本語の表記の問題が再浮上していることが、専門誌だけでなく、一般紙でも報じられている<sup>4)</sup>。一体21世紀の日本語の表記はどうなるのだろうか。

本論は、それをさぐる基礎研究の一つとして、「大学広告」に見られる、カタカナ表記語及びアルファベット表記語の使用状況の調査と分析を行う。

## 1. 調査の目的と方法

本調査の目的は、最近の日本語に見られるカタカナ表記語やアルファベット表記語の多用傾向が、紙面の制約から1文字の情報集約度の高さがことさら求められる広告という分野においても見られるのか、また見られるとしたらどんな形でどの程度あるのかを調べることである。

本調査では、まず各広告に使われている、広告主名と住所欄を除く、全てのカタカナ表記語・アルファベット表記語（以下カタカナ表記語は「カ語」、アルファベット表記語は「ア語」、両者を合わせて指す場合には「カア語」と略記する）および総語数を数え、総語数に対するカア語の割合などを調べる。次に、どのような語彙表現がどのくらい使われているのか、また語構造や用法などを考察する。

なお、広告主名は、本研究の意図とは直接関係ないので挙げない。以下本稿では特定の広告について言及する場合には「#3」を「広告番号3」の意味で用いる。また、以下の表中の数値は、少数第2位を四捨五入処理したものである。

## 1.2 調査の対象

調査対象は、日本経済新聞1997年7月4日付、第2部全面広告に掲載の「日経進学ガイド・1997年度全国主要公私立大学学校情報」(148広告)である。選択理由は、以下のとおりである。

- ① 情報伝達の対象が「受験者及びその両親」に限定されていること、
- ② 同サイズの一覧掲載という形式で比較が容易であること、
- ③ 紙面が限られているため調査対象表記語の総語数が少なく、調査の負担が軽いこと、
- ④ 今後継続して変化の変遷が追える材料であること、

などである。

各広告主(大学)に割り当てられた広告紙面は、最上欄に横書きにされた校名および最下欄の住所欄は統一されている。各広告主が自由に使用できるのは、ヨコ6.3cmに対し、タテの長さは、短大を併記している広告では3.5cm、大学のみの場合は4cm、つまり、22平方センチから25平方センチである。そこにおける、文字の種類・大きさ・飾り、表記法、行数、レイアウトなどは多様であり、これを調査対象とする。

## 1.3 語数の数え方

語数は、「異なり」と「延べ」の両方を数える。広告毎に全ての語を数え上げる。語数調査に際しての、語の区切りに関する例と原則は次のとおりとする。(ただし、本稿では紙面の制約上、異なり語数は、ことわりのない限り表には載せていない。)

例：資料／の／請求／は、／返信用／封筒／（角／2号／住所／氏名  
／明記、／390円／分／切手／貼付）／を／同封／の／うえ、／  
下記／まで／請求／して／ください。

### <語の区切りに関する原則>

- ① 複合語は、独立した語として使われる部分をそれぞれ1単位語として数える。カ語についても、中黒の使用未使用・原語綴りに関わらず、独立して使われる部分があればそれを1単位語とする。
- ② ア語については、語間のスペースを語の切れ目とし、ハイフンでつないであるものは分けずにそれを1単位語とする。E-mail のアドレスについては、ピリオッドを語の区切りとして数える。
- ③ 助詞は、「への」などは、「へ」「の」と分けて数える。
- ④ 数字は、助数詞を伴うものはそれを含めて1単位語と数える。日時については、10/11, 10月, 11日, (土), 13:00をそれぞれ1単位語とする。
- ⑤ 「スル動詞」は、「する」を1単位語と数える。「ください」も「名詞+を+ください」のように独立語として使われるので、1単位語とする。

## 2. 調査の結果

### 2.1 使用頻度

本調査の結果、以下のようなカア語の使用頻度状況が分かった（表1～表15参照）。

表1 アルファベット表記語及びカタカナ表記語の総語数に対する割合

広告	総語数	カタカナ表記語(A)		アルファベット表記語(B)		(A)+(B)	
		延べ語数	総語数に対する割合(%)	延べ語数	総語数に対する割合(%)	延べ語数	総語数に対する割合(%)
# 1	77	5	6.5	0	0	5	6.5
# 2	78	7	9.0	2	1.3	8	10.3
# 3	66	0	0	4	6.0	4	6.1
# 4	77	5	6.5	0	0	5	6.5
# 5	95	4	4.2	0	0	4	4.2
# 6	64	18	28.1	0	0	18	28.1

広告	総語数	カタカナ表記語(A)		アルファベット表記語(B)		(A)+(B)	
		延べ語数	総語数に対する割合(%)	延べ語数	総語数に対する割合(%)	延べ語数	総語数に対する割合(%)
# 7	64	4	6.3	0	0	4	6.3
# 8	60	8	13.3	0	0	8	13.3
# 9	74	5	6.8	0	0	5	6.8
# 10	64	4	6.0	1	1.5	5	7.5
# 11	90	4	4.4	0	0	4	4.4
# 12	74	8	10.8	0	0	8	10.8
# 13	90	12	13.3	7	7.8	19	21.1
# 14	90	1	11.1	0	0	10	11.1
# 15	80	1	1.3	6	7.5	7	8.8
# 16	71	3	4.2	3	4.2	6	8.5
# 17	65	7	10.8	4	6.2	11	16.5
# 18	79	7	8.9	1	1.3	8	10.1
# 19	73	8	11.0	0	0	8	11.0
# 20	87	11	12.6	8	9.2	19	21.8
# 21	81	1	1.2	1	1.2	2	2.5
# 22	61	8	13.1	0	0	8	13.1
# 23	70	1	1.4	0	0	1	1.4
# 24	56	12	21.4	0	0	12	21.4
# 25	81	4	4.9	5	6.2	9	11.1
# 26	76	9	11.8	0	0	9	11.8
# 27	69	7	10.1	6	8.7	13	18.8
# 28	83	0	0	0	0	0	0
# 29	75	3	4.0	0	0	3	4.0
# 30	87	16	18.4	1	1.1	17	19.5
# 31	63	1	1.6	0	0	1	1.6
# 32	79	6	7.6	0	0	6	7.6
# 33	74	11	14.9	3	4.1	14	18.9
# 34	73	1	1.4	1	1.4	2	2.7
# 35	54	1	1.9	1	1.9	2	3.7
# 36	56	2	3.6	0	0	2	3.6
# 37	82	6	7.3	2	2.4	8	9.8
# 38	75	2	2.7	6	8.0	8	10.7
# 39	70	8	11.4	6	8.6	14	20.0
# 40	72	6	8.3	0	0	6	8.3

広告	総語数	カタカナ表記語(A)		アルファベット表記語(B)		(A) + (B)	
		延べ語数	総語数に対する割合(%)	延べ語数	総語数に対する割合(%)	延べ語数	総語数に対する割合(%)
# 41	69	11	15.9	0	0	11	15.9
# 42	66	6	9.1	0	0	6	9.1
# 43	76	11	14.5	0	0	11	14.5
# 44	85	8	9.4	1	1.2	9	10.6
# 45	88	1	1.1	6	6.8	7	8.0
# 46	83	3	3.6	0	0	3	3.6
# 47	71	5	7.0	0	0	5	7.0
# 48	78	5	6.4	8	10.3	13	16.7
# 49	80	8	10.0	0	0	8	10.0
# 50	62	4	6.5	0	0	4	6.5
# 51	61	7	11.5	6	9.8	13	21.3
# 52	76	7	9.2	0	0	7	9.2
# 53	88	4	4.5	6	6.8	10	11.4
# 54	84	3	3.6	0	0	3	3.6
# 55	77	2	2.6	1	1.3	3	3.9
# 56	105	6	5.7	13	12.4	19	18.1
# 57	60	4	6.7	6	10.0	10	16.7
# 58	85	8	9.4	0	0	8	9.4
# 59	78	3	3.8	3	3.8	6	7.7
# 60	85	4	4.7	0	0	4	4.7
# 61	60	6	10.0	1	1.7	7	11.7
# 62	73	9	12.3	0	0	9	12.3
# 63	64	2	3.1	0	0	2	3.1
# 64	53	5	9.4	2	3.8	7	13.2
# 65	73	4	5.5	1	1.4	5	6.8
# 66	74	4	5.4	8	10.8	12	16.2
# 67	76	5	6.6	0	0	5	6.6
# 68	80	3	3.8	0	0	3	3.8
# 69	77	4	5.2	0	0	4	5.2
# 70	63	0	0	0	0	0	0
# 71	82	4	4.9	1	1.2	5	6.1
# 72	81	11	13.6	13	16.0	24	29.6
# 73	67	5	7.5	8	11.9	13	19.4
# 74	79	2	2.5	2	2.5	4	5.1

広告	総語数	カタカナ表記語(A)		アルファベット表記語(B)		(A)+(B)	
		延べ語数	総語数に対する割合(%)	延べ語数	総語数に対する割合(%)	延べ語数	総語数に対する割合(%)
# 75	75	8	10.7	0	0	8	10.7
# 76	74	3	4.1	3	4.1	6	8.1
# 77	54	5	9.3	0	0	5	9.3
# 78	70	1	1.4	0	0	1	1.4
# 79	37	7	18.9	13	35.1	20	54.1
# 80	67	6	9.0	0	0	6	9.0
# 81	65	4	6.2	1	1.5	5	7.7
# 82	76	1	1.3	0	0	1	1.3
# 83	97	12	12.4	7	7.2	19	19.6
# 84	62	4	6.5	0	0	4	6.5
# 85	78	3	3.8	0	0	3	3.8
# 86	63	4	6.3	0	0	4	6.3
# 87	69	2	2.9	7	10.1	9	13.0
# 88	55	11	20.0	0	0	11	20.0
# 89	67	2	3.0	1	1.5	3	4.5
# 90	61	6	9.8	0	0	6	9.8
# 91	93	4	4.3	1	1.1	5	5.4
# 92	61	3	4.9	3	4.9	6	9.8
# 93	70	3	4.3	3	4.3	6	8.6
# 94	60	0	0	4	6.7	4	6.7
# 95	76	7	9.2	0	0	7	9.2
# 96	62	1	1.6	8	12.9	9	14.5
# 97	63	4	6.3	0	0	4	6.3
# 98	66	5	7.6	0	0	5	7.6
# 99	60	3	5.0	0	0	3	5.0
#100	72	5	6.9	0	0	5	6.9
#101	46	2	4.3	1	2.2	3	6.5
#102	81	2	2.5	2	2.5	4	4.9
#103	82	0	0	14	17.1	14	17.1
#104	63	4	6.3	0	0	4	6.3
#105	79	3	3.8	1	1.3	4	5.1
#106	75	6	8.0	6	8.0	12	16.0
#107	79	3	3.8	5	6.3	8	10.1
#108	72	8	11.1	2	2.8	10	13.9

広告	総語数	カタカナ表記語(A)		アルファベット表記語(B)		(A)+(B)	
		延べ語数	総語数に対する割合(%)	延べ語数	総語数に対する割合(%)	延べ語数	総語数に対する割合(%)
#109	83	5	6.0	1	1.2	6	7.2
#110	65	12	18.5	1	1.5	13	20.0
#111	82	5	6.1	0	0	5	6.1
#112	52	0	0	0	0	0	0
#113	74	4	5.4	0	0	4	5.4
#114	52	1	1.9	1	1.9	2	3.8
#115	84	2	2.4	0	0	2	2.4
#116	86	2	2.3	1	1.2	3	3.5
#117	83	16	19.3	2	2.4	18	21.7
#118	60	5	8.3	0	0	5	8.3
#119	81	8	9.9	0	0	8	9.9
#120	70	5	7.1	6	8.6	11	15.7
#121	73	11	15.1	1	1.4	12	16.4
#122	61	0	0	0	0	0	0
#123	75	2	2.7	1	1.3	3	4.0
#124	67	3	4.5	0	0	3	4.5
#125	75	7	9.3	1	1.3	8	10.7
#126	55	0	10.9	0	0	6	10.9
#127	66	5	7.6	0	0	5	7.6
#128	68	1	1.5	2	2.9	3	4.4
#129	87	2	2.3	0	0	2	2.3
#130	90	7	7.8	0	0	7	7.8
#131	82	1	1.2	1	1.2	2	2.4
#132	60	3	5.0	9	15.0	12	20.0
#133	75	6	8.0	0	0	6	8.0
#134	75	6	8.0	1	1.3	7	9.3
#135	59	5	8.5	2	3.4	7	11.9
#136	74	0	0	10	13.5	10	13.5
#137	73	8	11.0	0	0	8	11.0
#138	75	12	16.0	0	0	12	16.0
#139	68	6	8.8	0	0	6	8.8
#140	78	17	21.8	7	9.0	24	30.8
#141	85	0	0	0	0	0	0
#142	73	4	5.5	0	0	4	5.5



広告	総語数	カタカナ表記語(A)		アルファベット表記語(B)		(A) + (B)	
		延べ語数	総語数に対する割合(%)	延べ語数	総語数に対する割合(%)	延べ語数	総語数に対する割合(%)
#143	61	7	11.5	4	6.6	11	18.0
#144	74	2	2.7	0	0	2	2.7
#145	75	7	9.3	0	0	7	9.3
#146	79	10	12.7	9	11.4	19	26.0
#147	80	2	2.5	0	0	2	2.5
#148	86	3	3.5	0	0	3	3.5
合計	10,749	760		298		1,055	

- ① 調査対象広告148件に使用されている総語数は、10,749語である(表1)。1広告当たりの平均使用総語数は、72.6語である。使用総語数が平均以下の広告は59件(39.6%)である。使用語数の最高は105語(#56)、最小は37語(#79)である(表1)。
- ② 漢字と平仮名のみで構成されている広告は、5広告で、全体の約3.4%に当たる(表4)。
- ③ カ語使用広告件数は、約93.9%と極めて高い(表5)。
- ④ 使用カ語数は、延べ語数760、総語数に対する割合は7.1%である(表2)。(異なり語数159語)
- ⑤ ア語の延べ語数は295、総語数に対する割合は2.7%である(表2)。(異なり語数82語)
- ⑥ ア語使用率はカ語と比べ極めて低い(表5)。全く使っていないものの76件、文字記号の類を1回使っているものの26件、つまり、半分が未使用で、1回使用を含めると全体の約70%の広告は、ほとんどア語を使っていない。
- ⑦ カア語の合計使用率が20%を越えるものは、13件、全広告の8.8%である(表1)。
- ⑧ 広告によって、カア語を使う使わないの差がはっきりしている(表

2). 1 広告当たりのカア語使用数が平均に満たない件数は、カ語 91件 (61.9%), ア語 112 件 (76.2%) である.

⑨ また、使用頻度の最高は、カタカナ表記語18回、ア語14回、両者の表記を合わせたもの24回で、使用頻度にばらつきが大きい.

⑩ ア語のうち、インターネットのホームページのアドレス表記のある広告が22、全体の約14.8%にあたる. 語数は、1 広告の平均72.6語に対してアドレス表記に使用されているア語は6-7語である.

表 2 カア語表記別出現語数一覧

表記の種類	カ 語	ア 語	カア語合計
語の数え方	延べ語数	延べ語数	延べ語数
出現語数	760 語	295 語	1,055 語
総語数10,749に対する割合	7.1 %	2.7 %	9.8 %
1 広告当たりの平均カア語数	5.1 語	2.0 語	7.1 語
カア語数が平均以下の広告件数 (全広告148件に対する割合)	91件 (61%)	112件 (75.1%)	81件 (54.4%)

表 3 カア語の使用語数の広告全体に対する割合

当該表記語合計使用率	広告件数	全広告件数に対する割合
0 %	5 件	3.4 %
10%以下	81 件	54.7 %
10%～20%	46 件	31.1 %
20%以上	16 件	10.8 %
合 計	148 件	100.0 %

表4 カ語の使用頻度

カ語の使用頻度	広告件数	全広告数に対する割合
0 回	9 件	6.1 %
1 回	13 件	8.8 %
2 ～ 5 回	69 件	46.6 %
6 ～ 9 回	39 件	26.4 %
10 回以上	18 件	12.2 %
合 計	148 件	100.1 %

表5 ア語使用頻度

カ語の使用頻度	広告件数	全広告数に対する割合
0 回	76 件	54.1 %
1 回	26 件	17.6 %
2 ～ 5 回	20 件	13.5 %
6 ～ 9 回	21 件	14.2 %
10 回以上	5 件	3.4 %
合 計	148 件	100.1 %

### 3. 調査結果の分析

#### 3.1 語彙の種類

##### 3.1.1 カタカナ表記語

##### 3.1.1.1 名詞の種類

本調査の広告に使われているカ語名詞は、以下のようにいくつかの種類に大別できる（表6）。いちばん多いのは、いわゆる外来語であるが、普通は漢字かひらがなで表記される日本語、和製カタカナ固有名詞なども含まれている（表1）。

表6 カ語の名詞の種類

① 外国語の普通名詞
アドバイス アドミッション アドレス アプローチなど多数
② 外国の固有名詞（地名・国名）異なり語数11
アイルランド イタリア イベリア オホーツク シオン スペイン セブ ドイツ フランス ラテン・アメリカ ロシア
③ 外国の固有名詞（人名・組織名）異なり語数3
キリスト セブンイレブン ルーテル
④ 和製カタカナ固有名詞 異なり語数6
アザリア祭 カタハチ カラシダネ ハローダイアル たまプラザキャンパス マイテック
⑤ 漢字かひらがなで表記されることが一般的な日本語 異なり語数4
ハガキ フリガナ モノ ヨイニユウシ

### 3.1.1.2 名詞以外の品詞

また、用例を名詞以外の品詞別に分けるとは次のようになる（表7）。名詞には、後述するように、カ語と漢字語の混種語が見られるが、表7に挙げたように形容詞・形容動詞・副詞・動詞といった品詞ではそうした用例は少ない。

表7 名詞以外の品詞のカ語

品詞（異なり語数）	用 例
① 形容詞（2）	グラフィック ミニ
② 形容動詞（3）	ビジュアル フリー ラジカル
③ 副詞（2）	トータルに ギュッと
④ スル動詞の語幹（3）	デザインする，リードする，サポートする

### 3.1.1.3 多頻出単位語

延べ10回以上使われている「多頻出単位語」は、14語にすぎない（表8）。学校案内でよく見かける用語は、たとえば、カリキュラム（6回）、プログラム（2回）などと出現頻度は低い。

表 8 カ語出現頻度上位単位語一覧

出現頻度(回)	カ語用例出現頻度数 (回)
101回以上	キャンパス225 (キャンパス見学会50, キャンパス見学17)
50—100回	オープン51 (オープンキャンパス49)
30— 49回	コース33, デザイン33
20— 29回	ハガキ22, ガイド21 (入試ガイド10), センター20
10— 19回	ビデオ18, コーナー15, ガイダンス13, バス12, サービス10 システム10, ツアー10 (キャンパスツアー 9)

### 3.1.1.4 学校など名称

調査対象の広告主には、校名・学部名・学科名・コース名などがカ語で

表 9 カ語を含む大学名・学部名・学科名一覧

a. 大学名	
	茨城キリスト教大学, ルーテル学院大学, シオン短期大学
b. 学部名	
	国際コミュニケーション, マスコミュニケーション, コミュニケーション, システム工学, スポーツ健康科学, デザイン
c. 学科名	
語学関係	スペイン語 2 例, ロシア語, ドイツ語, フランス語
文学関係	フランス語フランス文学
文化・宗教関係	キリスト教, 文化コミュニケーション
商学・社会学関係	ビジネスマネジメント, ファイナンス, サービス産業
機械関係	機械システム工学 4 例, 機械システム, 制御システム工学
情報関係	情報システム, 情報デザイン 2 例, デザイン情報
工業デザイン関係	工業デザイン, 工芸工業デザイン, 産業デザイン, 生産デザイン
環境デザイン関係	環境デザイン 3 例, 生活デザイン 2 例, 視覚伝達デザイン
デザイン関係	デザイン 5 例, グラフィックデザイン, 空間演出デザイン

あるものがある<sup>5)</sup> (表9)。大学名の一部がカ語のものが3用例、いずれもキリスト系大学である。また、学部名・学科名がカ語を含むものは、全部で延べ42 (異なり32) ある。特に多いのは、デザイン関係である。

### 3.1.2 アルファベット表記語

ア語には、記号や略語表現が多い (表10)。次に多いのは、「学校見学会」「催し」「学校案内書」などの名称である (表11, 12)。「アピール (スローガンや宣伝文句など)」にもカア語がかなり使われている (表13)。普通名詞の用例は、Humanization (#10), CAMPUS (#107) の2例のみである。

また、ア語の言語内訳は、2例 (#25, #76) を除き全て英語である (表15)。

表10 ア語の内訳①記号・略語

	使用されているアルファベット表記語
a) 試験の種類	「A」「B」「C」「D」「I」「II」
b) 日時	「SAT」「SUN」「AM」「PM」
c) 住所関係	「F」「FAX」「TEL」「E-メール」「URL <sup>6)</sup> 」「N 係り」
d) 会社名	「JR」「NTT」
e) その他	「&」「OK」

表11 ア語の内訳②「学校案内書」類の名称

「ALL ABOUT」	「ARCH」	「BACK UP」
「CITY」	「DATA BOX」	「Elegant Wind」
「'98 Face to Face」	「1998 Guidebook」	「中央大学1998 INFORMATION」
「LIVE CUC 1998」	「MAGU」	「MI-TECH」(マイテック)
NBU 通信	「The Point」	「NITTI GUIDE」
「RUPO」	「SEAGULL」	「Space」
「'98 VISION」	「駒澤 VOICE」	「WILL」

表12 ア語の内訳③「催し」の名称

広告番号	行事の名称
# 3	Open Campus in Asia
# 15	SUMMER COLLEGE
# 17	SUMMER CAMPUS '97
# 20	OPEN CAMPUS
# 25	TOUCH SEMINAR [キャンパ見学会]
# 33	オープンキャンパス CATCH ON
# 56	SEITOKU キャンパスフェア
# 74	'98CAMPUS 見学会
#107	進学相談会 ON CAMPUS

表13 ア語を含む「アピール文」一覧

広告番号	アピール文
# 15	新カリキュラムと AO 入試を check it out!
# 17	TRY! CAMPUS '97
# 56	COME TO CAMPUSスペシャル COME TO CAMPUS (学校見学)
# 89	世界の NAGANO
#108	見て! 聞いて! 触れて! 感じる! CAMPUS!

## 3.2 語構成

### 3.2.1 カタカナ表記語

カ語の語構成は、次のように分析できる。

- ① カ語同士の複合語が多い。2単位語が最も多く、3単位語がそれに続き9例、4単位語は「コンピュータイメージデザインコース」1用例のみである。

3単位語の9用例：「ワンポイントアドバイス」「ワンポイントレッスン」「キャンパスバスツアー」「カトリックミッションスクール」「メディアネットワーク」、これに後述③の4用例。

- ② 中黒使用例は、わずか6例で、長い連語でも中黒なしに表記されている。

中黒使用6用例：「ラテン・アメリカ」、「ヒューマン・ケア」、「マス・コミュニケーション」、「コンピューター・サイエンス」、「チャレンジ・キャンパス」、「スペシャリティ・ネットワーク」

- ③ 長い連語の語構成には、同じ単位語の順列組み合わせ的バリエーションが多く見られる。次の用例では、オリジナル、キャンパス、グッズ、プレゼントという4つの単位語から4つの言葉が作られている。

用例1：オリジナルキャンパスグッズ

用例2：オリジナルグッズプレゼント

用例3：キャンパスグッズプレゼント

用例4：キャンパスオリジナルグッズ

- ④ 漢字表記語とカタカナ表記外来語の混種語は、語構成から「カ語前置型」「カ語後置型」「サンドイッチ型」の3種類に分けられる（表14）。
- ⑤ 非外来語の一部がカ語のもの1例。 例：マル秘話。  
カ語の語構成については興味深く、別稿で論じたい。



表14 漢字表記語とカタカナ表記外来語の混種語の語構成

語構成による分類	用例
a) カ語前置型	アザリア祭, セブ島, デモンストレーション講義 ビデオ放映, キャンパス案内, システム工学, ドイツ語など多数.
b) カ語後置型	受験ガイド, 入試ガイド, 入学ガイド, 相談コーナー, 「変身」ストーリー, 願書セット, 留学カリキュラムなど多数.
c) サンドイッチ型	クラブ紹介ビデオ, キャンパス施設見学スタンプラ リー, キャンパス見学ツアー, 入試ワンポイント講座, 大学グッズ抽選会

### 3.2.2 アルファベット表記語

本論の調査で拾い出したア語は、語構成から次のように大きく5種類に分けられる。

- ① 記号としての文字類
- ② 略語・省略形としての単独あるいは文字連続
- ③ インターネットのホームページのアドレス表示としての文字列
- ④ 学校案内書や催しなどの名称
- ⑤ スローガンや学校の宣伝のための語・句・文

## 3.3 カタカナ表記語の用法

### 3.3.1 読者に分かりにくい用例

カ語の中には以下に挙げる用例のように、読者によっては分かり難いものがある。

#### ① 省略語

「オラコン」という用例がある。これは、おそらく「オーラル・コンプリヘンション (Aural Comprehension) の省略であると考えられる。

## ② 固有名詞

「カラシダネ」は、「芥子（菜の）種」のことである。芥子菜は植物名であるから「カラシナ」とカタカナ表記されるのは普通の用法であるが、通常種まではカタカナ表記されることはない。ここでは、聖書に出てくる固有名詞として意識的にカタカナ表記にしたのであろう。また、「カタハタ」は、住所の一部がカタカナ表記された例である。

## ③ 特殊表記

「マル秘話」は、「マル秘話」の「マル」は、秘という字を囲んだ円形符号を音声化したもので、特殊な表記の例である。この「マル」の用法は、岩波国語辞典、新明解国語辞典にも挙がっていない<sup>7)</sup>。

## ④ 語呂合わせ

「4 1 2 4」という電話番号の読み方をカタカナで（ヨイニユウシ）と括弧書きした例で、「良い入試」という意味を表す、いわゆる語呂合わせの例が1件ある。

### 3.3.2 表記のゆれ

カ語用例には、たとえば、「コンピュータ」と「コンピューター」、「テレホン」と「テレフォン」表記上のゆれが見られる。これは、まさにNHKの放送用語委員会が1993年に出した「——外国語の使い方とカナ表記『パネリスト・パネラー』『ユニホーム・ユニフォーム』など——用語の決定——」で論じられていることの実例である。

また、葉書ということばの表記にも、表記のゆれが見られる。本調査では、「ハガキ」が24、「はがき」1で、圧倒的にカタカナ表記用例が多い。漢字表記はなかった。この表記の「ゆれ現象」に関する、国立国語研究所報告『現代表記のゆれ』の付表1のデータでは、葉書6、ハガキ87、はがき66である。今回の調査は1種類の広告で、しかもサンプル数も多くない

ので、単純な比較や断定はできないが、対立が3種から2種になる方向が見える<sup>8)</sup>。この語の「揺れ現象」については、別稿で論じたい。

### 3.3.3 アルファベット表記語の用法

- ① 固有名詞を除くと、句や文の方が多い。
- ② 文は、動詞か間投詞で始まる数語からなる短いものである。用例は、#13, #15, #56, #135, #143の5例（表13・表15参照）。
- ③ 難しい外来語

ア語の中には、高校生読者には難しく意味が分からないことを承知で使用している、表15の用例のように「日本語訳」がつけられているものがある。（カ語にも同様の例が1例、またア語の「読み方」がつけられているもの1例があるので、ともに表15に挙げておく。）これは、同じ内容を言語を変えて2回提示しているわけで、これは紙面制約という条件下では、ある意味では「無駄」である。それにも拘わらず使用されているのは、「アカデミックな」雰囲気演出するための「飾り」効果がねらいということであろうか。

なお、この「ア語飾り効果」については、別の機会に論じたい。

表15 日本語訳のついているア語（及びカ語）用例一覧

サンプル番号	ア（カ）語用例と日本語訳
# 56	COME TO CAMPUS（学校見学）毎日実施
# 76	QUAECUNQUE SUNT VERA～高雅にそして真実に～
# 25	NOBILITER ET VERACITER凡そ真なること
# 10	Humanization——人間はすべからくより豊かな人間になる使命がある
# 25	TOUCH SEMINAR [キャンパス見学会]
#135	Welcome Campus 湘南キャンパスへの誘い
#143	Reach For Your Dreams——英語で夢を——
# 7	7月22日オープンクラス（公開模擬授業）実施

#### 4. おわりに

以上この小調査で分かった、「大学広告」におけるカア語の使用状況の主な点は次のとおりである（表1～表15）。

- ① 調査対象広告件数の約54%が何らかの形でカア語を使っている。全広告総語数合計に占めるカア語の割合は約10%である。
- ② カア語の内訳は、カ語使用率が総語数の約7%である一方、ア語の使用率はE-mail アドレスを入れてもカ語の半分以下の2.7%である。
- ③ カ語で最多使用頻度単位語は「キャンパス」で、延べ使用度数は225回である。一方ア語は、延べ語数が少なく、また同じ語の反覆使用も少ない。
- ④ カ語の構造は、2単位語を中心に、複数の単位語構成が多い。
- ⑤ カ語を学部名・学科名にしているところが相当数見られる。
- ⑥ カア語がもっとも使われているのは、「学校見学会」「その他の催し」「学校案内書」「スローガンなど宣伝文句」の4項目である。
- ⑦ 特に、「学校見学会」「その他の催し」においては、カア語を含まない漢語をはるかに上回り、多数固有名詞として使われている。
- ⑧ ア語の用法は偏っている。いちばん多いのは、記号・略語の類である。次が大学案内冊子名などの固有名詞としての用法で、普通名詞や句や文は少ない。
- ⑨ ア語のほとんどが英語出自である。
- ⑩ 「高校生には難しいと考えられる」ア語には、「日本語訳」や「読み方」を添え意味の説明をしている「飾り」的用例が見られる。

#### 5. 今後の課題

なお、本調査を通して以下の課題が今後の課題として残った。

- ① 本調査で得られた結果の他種の広告調査との比較研究
- ② カ語の語構成、とくに4連語以上の用例に関する考察

- ③ 「日本語訳のついたア語の用法」(「ア語飾り効果」) についての考察
- ④ 広告における、「葉書」ということばの「表記のゆれ」に関する調査

## 註

- 1) エツコ・オバタ・ライマン「歌詞にみる英語表現の増加現象」『日本語学』15巻6号(特集 流行歌の歌詞), 21—29ページ, 明治書院, 1996年6月.
- 2) 1997年6月28日に青山大学で行われた近代語研究会月例会での発表.
- 3) 季刊ファッション雑誌『ZYAPPU』は, 1994年創刊当初カタカナ表記『ジャップ』だったタイトルが, 1997年4月発行の13号からローマ字表記に変わり, 7月発行の14号から本文もローマ字表記になった. この件については, 別稿「ファッション雑誌『ZYAPPU』14号における総ローマ字表記の試み——21世紀前夜の文字改革の流れの中で——」『東京国際大学論叢(経済学部編) 19号』(1998年3月発行予定)を参照.
- 4) 「2020からの警鐘: ニホンゴキトク」『日本経済新聞』1997年7月21日.
- 5) その他, 「つくば国際大学」のように大学名の一部が平仮名表記のもの1例, 立命館大学びわこ・くさつキャンパスのようにキャンパス名が平仮名表記のもの1例, 聖徳大学, 嘉悦女子短期大学のように広告主名に振り仮名が施されていたものが2例など「ひらがな表記語化」も多少見られる.
- 6) URL とは Uniform Resource Locator の略語, つまりホームページのアドレスなど のことで, E-mail アドレスとは区別して使うときに用いる.
- 7) 辞書におけるカタカナ表記語の取り扱いについては, 現実の使用状況とかなり開きがあり, 補正の余地があるのかもしれない. 筆者にはこの点についてこれ以上論ずるデータを持ち合わせていないが, たとえば, ハーバート・パッシンは, 『英語化する日本社会』で, マイという英語の所有格が完全に日本語に吸収された証拠として, 商品名にも「マイジュース」「マイライム」「マイパック」「マイホルダー」などを挙げ, 辞書にも「マイ」を見出し語として取り上げるべきだといっている. 「マル」も同類と考えられる. 今後の調査が待たれる.
- 8) これは野村雅昭のいう<カタカナ表記が週刊誌での標準形式になっている例>に通ずる例の一つかもしれない. 野村「週刊誌のカタカナ表記語」865

ページ.

#### 参考文献

- a. 『岩波国語辞典』（第4版）西尾実他編，1986年.
- b. Etsuko Obata Reiman 「歌詞にみる英語表現の増加現象」『日本語学』1996年6月号，明治書院.
- c. 『現代表記のゆれ』（国立国語研究所報告75）1983年.
- d. 佐藤栄作「若者のカタカナ使用と外来語表記——語種意識から——」『日本語学』1991年7月.
- e. 『ZYAPPU』13gou, 伊島薫編，光琳社，1997年4月.
- f. 『ZYAPPU』14gou, 伊島薫編，光琳社，1997年7月.
- g. 『新明解国語辞典』第3版，山田忠雄他編，1981年.
- h. 「日経進学ガイド・1997年度全国主要公私立大学学校情報」『日本経済新聞』第2部全面広告，19，97年7月4日.
- i. 「ニホンゴキトク」『日本経済新聞』1997年7月21日.
- j. 野村雅昭「週刊誌のカタカナ表記語」『馬淵和夫博士退官記念国語学論集』847—866ページ，大修館，1981年.
- k. ハーバート・パッシン『英語化する日本社会』徳岡孝夫訳，サイマル出版，1982年.
- l. 放送用語委員会「——外国語の使い方とカナ表記『パネリスト・パネラー』『ユニホーム・ユニフォーム』など——用語の決定——」NHK放送研究部，『放送研究と調査』502，60—63ページ，NHK，1993年3月.